Cassandra Crossing/ La pubblicità di Meta

(520)—Leggete bene, non "su" ma "di"; oggi parliamo degli spot di Meta in prima serata.

Cassandra Crossing/ La pubblicità di Meta

Figure 1:

(520)—Leggete bene, non "su" ma "di"; oggi parliamo degli spot di Meta in prima serata.

26 ottobre 2022—"Carosello" ha cessato di essere importante per Cassandra un bel po' di anni fa, addirittura prima che fosse cancellato dai palinsesti. Da allora la pubblicità televisiva è stata, per lei come per tutti, solo un fastidio da subire, e minimizzare quando possibile.

Una riduzione sostanziale del tempo complessivo passato davanti alla televisione, unito a qualche limitato obolo all'industria dello streaming, hanno grandemente ridotto il problema ed il relativo fastidio.

Anzi, talvolta Cassandra si diverte a guardare ed analizzare uno spot, all'artigianale ricerca dei meccanismi che usa nei confronti di chi lo guarda.

Da qualche settimana però è successa una cosa strana. Meta, la società che possiede i soldi di facebook, e che mutua il nome dalla grande idea e progressiva di Zuckerberg, ha cominciato a fare spot in prima serata, propagandando quella parola derivata da "Universo", di cui pare aver acquisito la proprietà.

Lo spot è solo carino, nemmeno bello, e possiede in massimo grado quello che Cassandra chiama "L'effetto zucchero filato"; un attimo di buon sapore o di piacere, e poi in bocca non rimane niente.

In effetti non c'è un prodotto da propagandare, non c'è un messaggio da diffondere, o se c'è, le orecchie di Cassandra non riescono ad intenderlo.

E allora perché lo spot?

Certo, i prezzi fantasmagorici per una raffica di spot di 30 secondi in prima serata, per facebook e gli altri GAFAM non sono niente … ma tuttavia, anche se magari sono disposti a pagare sanzioni miliardarie, nessuno butta via i soldi in maniera estemporanea, perché anche di pochi milioni di euro di spot qualcuno ne deve ben rispondere.

Quindi anche una semplice campagna pubblicitaria deve avere un motivo, magari sbagliato ma lo deve avere.

Ma quale?

Cassandra non l'ha capito, ed è stata capace solo di fare qualche ipotesi sul motivo degli spot, ipotesi che, per quello che valgono, espone qui sotto, sperando di non annoiare i 24 indefettibili lettori:

1—la paura. Forse qualcuno ha fatto leggere al rettiliano più ricco del mondo la storia della Realtà Virtuale degli ultimi 35 anni, facendogli venire il dubbio che puntare sul "metaverso" (oops, mi è scappato) potrebbe essere stata davvero una puttanata;

1b —ancora la paura. Forse Zuck si è comprato una settimana del tempo di Jaron Lanier per farsi fare un corso accelerato di realtà virtuale per megadirettori. Jaron per tutta risposta gli ha portato e fatto provare il "girello" di Dactyl Nightmare, gli ha spiegato che risaliva al 1991, ed infine ne ha aperto il fondo e gli ha fatto vedere che un Amiga 3000 faceva girare tutta la faccenda.

1c—ancora la paura, non di Zuck ma dei dipendenti di Meta. Forse qualche sprazzo di realtà si sta insinuando nella allucinazione condivisa di Zuck sulle brillanti sorti e progressive del metaverso, e chi gliel'ha suggerita sta facendo l'impossibile per mantenercelo, e così salvarsi il posto.

2 - la conquista del mondo. Forse Cassandra è così stupida o retrograda che non riesce a capire niente di marketing strategico in TV, perché si è fermata a Calimero e Topo Gigio. In questo caso magari le sfugge il fatto che l'insipido spot sia un passo necessario e strategico verso il dominio globale.

In quest'ultimo caso, per favore, qualcuno prenda da parte la vostra profetessa preferita, e per una volta inverta i ruoli, aprendole gli occhi, ed illustrandole cosa sia il "metaverso" che verrà, e la data di arrivo.

Scrivere a Cassandra—Twitter—Mastodon
Videorubrica "Quattro chiacchiere con Cassandra"
Lo Slog (Static Blog) di Cassandra
L'archivio di Cassandra: scuola, formazione e pensiero

By Marco A. L. Calamari on October 27, 2022.

Canonical link

Exported from Medium on August 27, 2025.